

鐘錶業 《 能力標準說明 》 能力單元

「品牌管理」職能範疇

名稱	制定新時計產品市場定位
編號	104953L5
應用範圍	此能力單元適用於時計產品市場推廣或相關部門。具此能力者，能夠配合機構整體營運目標及銷售策略，掌握時計產品潮流趨勢，為新推出的時計產品市場定位，從而成功確立新時計產品的品牌形象，並達致銷售目的。
級別	5
學分	6 (僅供參考)
能力	<p>表現要求</p> <p>1.瞭解時計產品市場定位相關知識</p> <ul style="list-style-type: none"> • 明白市場定位的最終目標是為了實現產品銷售 • 能深入瞭解潮流及文化的動向，如： <ul style="list-style-type: none"> • 生活習慣 • 社會文化 • 政治發展 • 目標顧客群的喜好及需求 • 瞭解市場定位和品牌定位的密切關係，例如後者是前者的核心、延伸及實現的手段 • 瞭解影響市場 / 品牌定位的因素，如： <ul style="list-style-type: none"> • 顧客群的特性 • 產品品牌形象 • 產品質素 • 產品銷售點 • 競爭環境 • 瞭解機構及競爭對手現有時計產品的市場及品牌定位，以及市場預測和文化潮流趨勢等 <p>2.制定新時計產品市場定位</p> <ul style="list-style-type: none"> • 能運用市場 / 品牌開發技術，配合潮流及文化的動向，開發新品牌，創造潮流，並為產品賦予市場價值 • 配合機構目標、策略及對未來市場展望，確立時計產品新品牌的市場定位 • 能運用知識產權法，以維護品牌商標、設計專利等 • 配合機構之產品研發計劃，建立新時計產品市場定位策略 • 根據品牌策劃及市場定位，建立互相配合的品牌設計及推廣計劃 • 根據品牌策劃及市場定位，設計產品、包裝、宣傳廣告、品牌商標及推廣計劃等 • 能夠配合推廣策略，成功將新產品的競爭優勢傳達給消費者 <p>3.展示專業能力</p> <ul style="list-style-type: none"> • 在為新時計產品市場定位時，避免出現定位模糊的情況，並能展示新產品的競爭優勢
評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為：</p> <p>(i)能夠掌握潮流及文化動向，開發切合市場需要的新品牌，開拓市場及確立新產品的市場定位及賦予市場價值；及</p> <p>(ii)能夠配合機構整體目標及銷售策略，策劃及設計時計產品新品牌，並能維護品牌商標、設計專利。</p>
備註	